BRAND **GUIDE**

MANUAL DE **MARCA**

ÍNDICE

Introdução 4
- O que é um Brand Guide? 5

Sobre a GO TO 6
- Sobre a GO TO 7
- Missão 8
- Visão 8
- Valores 8

Posicionamento da Marca 9
- O que é posicionamento de marca? 10
- Qual o nosso posicionamento de marca? 10
- Com quem estamos falando? 11
- Tom de voz 12

Marca e construção de slogan 13
- Marca GO TO 14
- Símbolo 14
- Paleta de cores da marca GO TO 15

Tipografia da Marca 16
- Myriad Pro 17

Aplicação da Marca 18
- Variação de cores e aplicações em fundos monocromáticos 19
- Aplicações em fundos coloridos 20
- Aplicações em fundos complexos 21
- Usos incorretos da marca 22
- Redução máxima da marca 23
- Redução máxima da marca e posicionamento 23
- Grafia da marca 24
- Grafia de produtos 24

Demais elementos da marca 25
- Marca secundária 26

ÍNDICE

Fotografia 27

Materiais Corporativos 29
- Embalagens 30
- Papelaria 30
- Ponto de Venda 31

Apêndice 32
- Power Point Template 33

Para mais informações 34

INTRODUÇÃO

O QUE É UM BRANDGUIDE?

Um brandguide é um manual de instruções para o uso e a aplicação de uma determinada marca, e sua principal função é estabelecer a padronização dos símbolos, visando manter a serenidade e a coerência visual dos mesmos. Todas as informações nele contidas são baseadas em estudos e observações das formas mais adequadas para se trabalhar os elementos envolvidos.

A variação inadequada de cores, tamanhos, fontes e posições dos objetos gráficos podem modificar a mensagem transmitida, descaracterizando a marca e confundindo o consumidor. Sendo assim, a partir do momento em que as regras são estabelecidas, torna-se necessário segui-las, priorizando sempre a boa visibilidade, clareza, simplicidade e a objetividade da identidade institucional.

A GO TO, como empresa brasileira, com ligações internacionais, importadora e exportadora, requer um cuidado especial quanto a utilização de seus símbolos. Tanto sua fábrica, na China, quanto outras representantes da marca em diversos países, utilizam comunicações visuais diferenciadas, estando este material voltado única e exclusivamente para a GO TO Brasil, como forma de diferenciá-la das demais do grupo, e estabelecer a identidade necessária para o setor de tecnologia, que se baseia principalmente na relação de confiança entre o consumidor e a marca.

É imprescindível que todas as regras de uso sejam seguidas corretamente.

Por favor, consulte este manual sempre que necessário e mantenha a padronização indicada para garantir os melhores resultados visuais da marca.

SOBRE A **GO TO**

A GO TO chega ao Brasil cheia de potencial, e promete vir com tudo tanto na fabricação quanto na distribuição de suas soluções em som automotivo, oferencendo garantia de qualidade e conquistando a confiança dos consumidores mais exigentes.

Localizada na cidade chinesa de ShenZhen, sua sede, inaugurada em abril de 2002, possui 82.000m, e mais de 2.000 funcionários. Não é à toa que em todos os lugares do mundo em que chega, a GO TO recebe apenas elogios.

A linha de produção conta com uma equipe altamente treinada e capacitada, que apoia todo o processo fabril nos mais altos padrões de tecnologia, orientada pelos métodos americanos, o que possibilita total aceitação por aqui.

Qualidade inconstestável, esse é o foco da GO TO, permitindo que os usuários desfrutem do que há de melhor em eletrônicos de áudio e vídeo, sempre com reproduções claras, limpas e bem equalizadas, afinal, não se tratam de simples equipamentos usados eventualmente, e sim, de soluções que fazem parte do dia a dia das pessoas e dos bons momentos que elas passam dentro de seus automóveis.

Com ampla rede de assistência técnica em todo o Brasil, a GO TO cobre pontos estratégicos, e com isso os números só têm a crescer, transformando para melhor o futuro do som automotivo.

POSICIONAMENTO
DA MARCA

O QUE É **POSICIONAMENTO DE MARCA?**

Posicionar uma marca é trabalhar na mensagem que ela vai transmitir para o público, é construir a sua imagem, a forma como ela será vista, lembrada, e os seus valores.
O posicionamento é aquilo que define a marca para o consumidor e a diferencia dos concorrentes, com percepções, ideias e sentimentos que a envolvem.

QUAL O NOSSO **POSICIONAMENTO DE MARCA?**

GO TO

PLAY THE FUTURE

Apertar o play é tocar o amanhã. Trazer o futuro para perto, conectar-se àquilo que está à frente do seu tempo. Play é brincar, jogar, ter opções para fazer o que quiser, da maneira que quiser.

O play inicia, conduz, inova, surpreende e permite possibilidades. É ele que abre espaço para você imaginar e fazer acontecer. Ir além, ultrapassar barreiras, superar limites e saber que nada é impossível.
Ir para onde estão as tendências, as novidades, a tecnologia. Sem dar play, você não sai do lugar, porque ele é o que impulsiona, motiva e nos faz caminhar.

Play leva você ao futuro. Leva você à GO TO.

COM QUEM ESTAMOS FALANDO?

Quando nos referimos às comunicações realizadas envolvendo a marca GO TO, como materiais publicitários, cartas, e-mails, ou qualquer outro que utilize até mesmo a logo, uma série de mensagens é transmitida simultaneamente. Este manual de marca é voltado a todos aqueles que utilizam ou desenvolvem materiais GO TO, ou que queira conhecer um pouco melhor a marca. São eles:

- Lojas de varejo
- Revendas de som automotivo
- Representantes
- Funcionários do grupo GO TO
- Fornecedores
- Qualquer empresa que tenha relação com a GO TO e necessite utilizar a marca.

TOM DE VOZ

A forma como utilizamos as palavras, principalmente nossa entonação, pode modificar ou reforçar uma determinada mensagem ou ideia. Estabelecemos então maneiras adequadas de se trabalhar, visando a transmissão de confiabilidade na marca e segurança nas negociações e materiais publicitários.

Nosso foco será:

- *A clareza em tudo que será dito ou escrito envolvendo a GO TO*
- *O uso da linguagem formal, evitando jargões e gírias, mas sem perder o tom de conversação.*
- *A utilização do baixo tom de voz, sem acelerar o ritmo da fala, buscando sempre a serenidade e a objetividade, inclusive na escrita.*
- *A ênfase nos pontos interessantes e positivos da mensagem*
- *A correta estruturação gramatical e ortográfica*
- *A educação e o bom atendimento*

É aconselhável que todos os parceiros do grupo GO TO comuniquem-se de forma inteligente e amigável, transmitindo ao público mensagens mais concisas, diretas e mostrando a importância real do que está sendo dito. Dar atenção especial aos temas trabalhados, evitando o desgaste e má interpretação.

MARCA E CONSTRUÇÃO **DE SLOGAN**

MARCA GO TO

Para o desenvolvimento do logo GO TO, foram utilizados alguns elementos que fazem a representação da marca, focando a seriedade com que ela trabalha, o seu comprometimento com o consumidor, a qualidade dos seus produtos e a confiança que se busca conquistar todos os dias. Ela é o contato direto com a empresa, transmitindo seus valores, metas e compromissos.

Símbolo

As formas arredondadas dão ênfase à importância da continuidade, renovando-se constantemente, atualizando-se com novos conceitos, tecnologias e tendências.

O círculo representa o todo, está associado à emoção, aos sentidos, às engrenagens que movimentam as máquinas, à harmonia e à perfeição da aerodinâmica.

As cores, serenas e com tom metálico, mostram solidez, força, e fazem referência ao futuro, ao novo, e à precisão. Demonstram autocontrole, sabedoria e responsabilidade. O vermelho, em destaque, é a cor do poder, da conquista e da liderança, é o equilíbrio da marca.

O triângulo separando os tipos, demonstra as aspirações da GO TO, sendo a representação de um botão que permite a ação do "play", focando na importância
que se confere ao que está a frente, ao movimento, e à evolução.

PALETA DE CORES DA MARCA GO TO

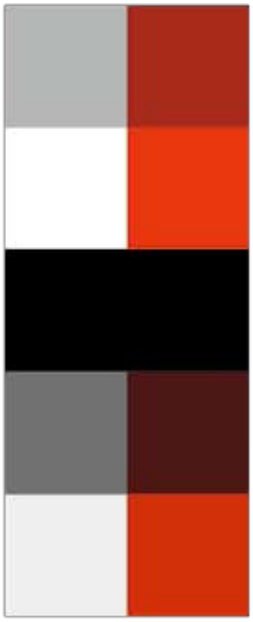
K40%
R170G170B170
#AAAAAA

K0%
R255G255B255
#FFFFFF

K100%
R0G0B0
#000000

K70%
R110G112B114
#707070

K10%
R230G230B230
#E6E6E6



C15%M90%Y90%K30%
R160G50B35
#A03223

C0%M90%Y100%K0%
R240G70B35
#F04623

C40%M80%Y70%K70%
R70G30B25
#461E19

C0%M90%Y100%K15%
R200G60B30
#C83C1E

APLICAÇÃO
COR SÓLIDA

K40%
R170G170B170
#AAAAAA

K0%
R255G255B255
#FFFFFF

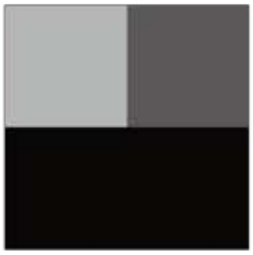
C0%M100%Y80%K0%
R200G60B30
#C83C1E

C0%M100%Y80%K0%
R200G60B30
#C83C1E

APLICAÇÃO
MONOCROMÁTICA

K40%
R170G170B170
#AAAAAA

K100%
R0G0B0
#000000



K80%
R90G90B90
#5A5A5A

APLICAÇÃO
NEGATIVA

K0%
R255G255B255
#FFFFFF

TIPOGRAFIA
DA MARCA

MYRIAD PRO

A família tipográfica Myriad Pro deve ser usada em todos os materiais que se relacionem diretamente com a marca GO TO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ
abcdefghijklmnopqrstuvxwyz
1234567890

Myriad Pro Regular

ABCDEFGHI
abcdefghi
12345

Myriad Pro - Light

JKLMNOPQR
jklmnopqr
567890

Myriad Pro - Bold

STUVXWYZ
stuvxwyz
()&!?.,:;*”

Myriad Pro - Black

APLICAÇÃO
DA MARCA

VARIAÇÃO DE CORES
APLICAÇÕES EM FUNDOS MONOCROMÁTICOS

Sempre opte por utilizar a marca GO TO nas seguintes formas:

Aplicação de 4 cores

Aplicacão de duas cores

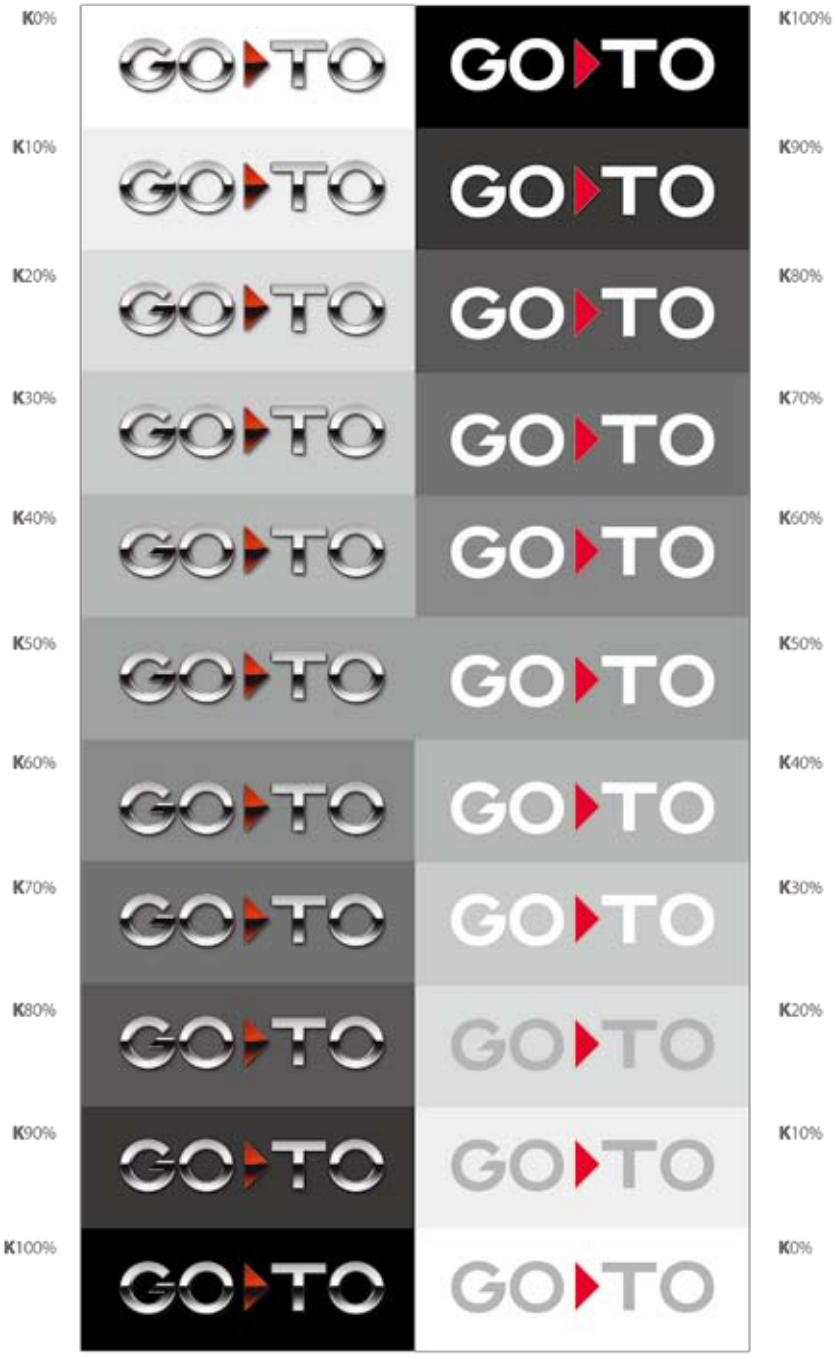
Aplicacão monocromática

Aplicacão negativa

Aplicacão posicionamento

PLAY THE FUTURE

PLAY THE FUTURE



APLICAÇÕES EM FUNDOS COLORIDOS

APLICAÇÕES EM FUNDOS COMPLEXOS

As aplicações da marca em fotografias ou fundos complexos devem levar em conta o contraste entre o logotipo e o local de aplicação, já que não se veta a utilização da logotipia em locais sem o contraste necessário para o seu reconhecimento

USOS INCORRETOS DA MARCA

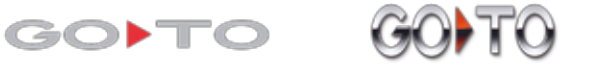
É expressamente **proibido** qualquer alteração ou aplicação da marca não contida nesse material, como por exemplo nos seguintes casos:

ALTERAÇÃO DE ELEMENTOS PRIMÁRIOS DA MARCA

IMPLEMENTAÇÃO DE ELEMENTOS NA MARCA

APLICAÇÕES CROMÁTICAS DIFERENTES DO APRESENTADO

DISTORCER A MARCA



ROTACIONAR A MARCA

APLICAR EFEITOS AUSENTES NA MARCA

APLICAR MARCA ARAMADA

APLICAÇÃO VERTICAL DA MARCA

REDUÇÃO MÁXIMA DA *MARCA*

REDUÇÃO MÁXIMA DA *MARCA E POSICIONAMENTO*

GRAFIA DA *MARCA*

A grafia correta da marca é **GO TO**, com todos os elementos em caixa alta, e separação entre o "GO" e o "TO". Não serão aceitas modificações como Go To, GOTO ou GoTo.

Brasil

Havendo utilização do Brasil na grafia, *deve-se mantê-lo separado de GO TO e iniciado com letra maiúscula da seguinte forma*: **GO TO Brasil**. Nunca utilize GO TO BRASIL.

Play the Future

O "**Play the Future**" deve estar sempre com as letras "P" e "F" maiúsculas, e pode ser aplicado em qualquer material, desde que seguindo as fontes e cores especificadas neste manual, bem como posição quando trabalhada em conjunto com a logo.

Site

Quando mencionar o site da GO TO Brasil, deve-se evitar fazer uso do "www", mantendo o endereço também com a fonte específica da marca: **gotobr.com.br**.

GRAFIA DE PRODUTOS

O nome dos produtos deve ser escrito sempre em caixa alta, precedido pela linha a qual pertence.

Exemplo
Compre agora mesmo o **GT1 S100**

DEMAIS ELEMENTOS
DA MARCA

MARCA SECUNDÁRIA

A redução do logo deve ser feita apenas pela GO TO,
em materiais como embalagens e para a nomenclatura das
linhas de produtos. Nunca utilize em outros materiais.

APLICAÇÃO
COR SÓLIDA

FOTOGRAFIA

A GO TO não faz distinção em seus materiais de:

- Crença
- Idade
- Etnia
- Condições de saúde
- Gênero e sexualidade
- Identidade cultural

Sempre que for selecionar fotos, priorizar:

- Qualidade da imagem
- Foco
- Cores e imagens marcantes
- Iluminação adequada
- Pessoas com boa aparência
- Sofisticação

MATERIAIS CORPORATIVOS

EMBALAGENS

PAPELARIA

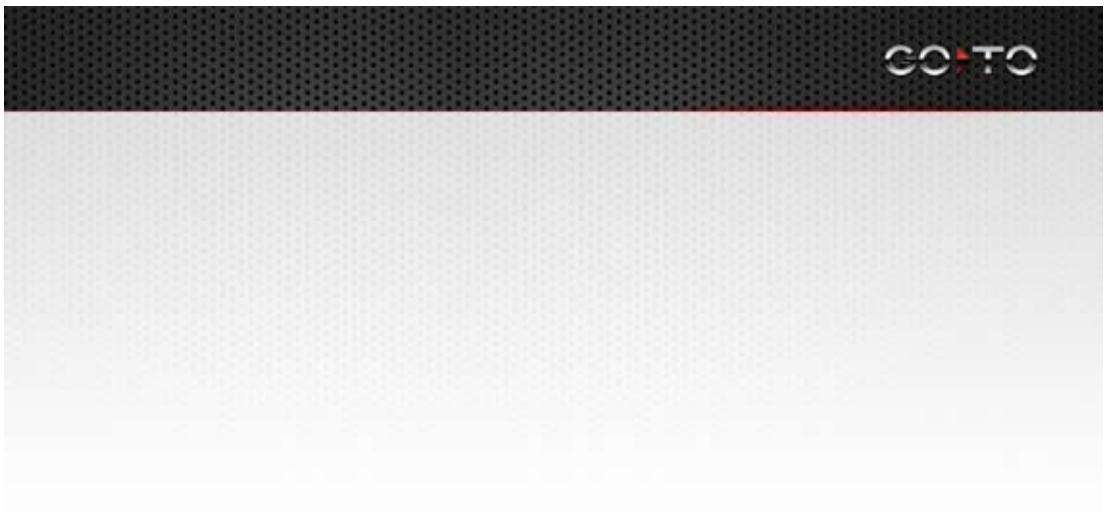
PONTO DE VENDA

APÊNDICE

POWER POINT TEMPLATE

ABERTURA

SLIDE MESTRE



PARA MAIS
INFORMAÇÕES

Entre em contato:

TALITA CORRÊA
Marketing

tel: +55 (44) 3032 8300
talita@gotobr.com
gotobr.com.br